

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
BUBUK MEREK KAPAL API DI ASGROSS SURAKARTA.**



SKRIPSI

**Diajukan ntuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakulas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

AFIAT BUCHORI
B. 100 060 064

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK MEREK KAPAL API DI
ASGROSS SURAKARTA.

Yang ditulis oleh :

AFIAT BUCHORI
B. 100 060 064

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta , 2011

Pembimbing I

(Drs. Moech. Nasir, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Orang tuaku Papa dan Mama yang tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a nya sepanjang hari dan waktu untuk kesuksesan ananda.
- ✍ Mas, Mbakku serta adikku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan membantuku dalam mengarahkan setiap langkah hidupku.
- ✍ Almamaterku

MOTTO

? *Lakukanlah segala pekerjaan dengan maksimal, sebab mengerjakan sesuatu setengah-setengah menunjukkan keragu-raguan dan itu adalah orang yang munafik*

(Manajemen Qolbu)

? *Kesuksesan sejati adalah ketika kita berhasil menyakinkan bahwa semua yang diperoleh pada dasarnya bersumber dari kemurahan Allah*

(Manajemen Qolbu)

? *Bangunan tanpa pondasi akan roboh demikian juga hidup, kita tidak akan hidup sukses tanpa melakukan ibadah dengan niat yang benar dan sesuai contoh Rasulullah.*

(Manajemen Qolbu)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisa pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Kopi Bubuk Merek Kapal Api di Asgross Surakarta dan 2) Untuk menganalisa diantara harga, produk dan promosi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Bubuk Merek Kapal Api di Asgross Surakarta.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah H_1 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Kopi Bubuk Merek Kapal Api di Asgross Surakarta dan 2) H_2 :

Variabel harga yang paling berpengaruh dalam menentukan pengambilan keputusan pembelian Kopi Bubuk Merek Kapal Api di Asgross Surakarta

Berdasarkan hasil uji t bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di Asgross Surakarta adalah Promosi.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti secara bersama-sama variabel variabel Harga (X_1), Produk (X_2), dan Promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Asgross Surakarta (Y).

Berdasarkan hasil analisis data *R square* (R^2) dapat dilihat bahwa variabel variabel Harga (X_1), Produk (X_2), dan Promosi (X_3) dapat menjelaskan keputusan pembelian konsumen sebesar 63,1%. Sedangkan sisanya sebesar 36,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model

Kata Kunci : Harga, Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK MEREK KAPAL API DI ASGROSS SURAKARTA".

Didalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dorongan dan pengarahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Untuk itu dalam kesempatan yang baik ini penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Agus Muqorobin, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Moech. Nasir, MM selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Papa dan Mama tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan do'a, bimbingan, dan dukungan serta kasih sayang yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik .
5. Mas, Mbak dan adikku terima kasih atas keceriaannya selama ini yang begitu berarti dalam hidupku
6. Direktur dan karyawan Asgross Surakarta terima kasih telah mengijinkan penulis untuk penelitian.
7. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu terima kasih telah memberiku bantuan dan dorongan selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritikan serta saran dari pembaca yang bersifat membangun. Dan penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Konsep Pemasaran.....	7
C. Perilaku Konsumen.....	9
1. Pengertian dan pentingnya perilaku konsumen.....	9
2. Teori-teori Perilaku Konsumen.....	10
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	12

D. Keputusan Pembelian.....	17
E. Peran Pembelian.....	19
F. Produk Dan Barang.....	19
G. Penelitian Terdahulu	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
A. Kerangka Pemikiran	23
B. Hipotesis	23
C. Metode Penelitian.....	24
D. Metode Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel	26
F. Instrumen Penelitian.....	26
G. Pengujian Instrumen Penelitian.....	27
H. Metode Analisis Data.....	28
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
A. Deskripsi Responden.....	34
B. Uji Instrumen Penelitian.....	37
C. Analisa Data	40
D. Pembahasan	48
BAB V. PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran-saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Umur	34
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir	35
Tabel 4.4	Lamanya Menjadi Konsumen	36
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	37
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	38
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	38
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	39